Яна Вадимовна Галина

Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург)

Научный руководитель: д. филол. н., проф. Л. П. Громова

st083441@student.spbu.ru

**Социальные функции средств массовой коммуникации (на примере творчества Юрия Роста)**

На примере творчества Юрия Роста рассматривается, как средства массовой коммуникации (СМК) могут влиять на аудиторию. Выявлено, что в материалах Роста выполняются основные функции СМК – присвоение статуса общественным проблемам и укрепление социальных норм (посредством концентрации общественного внимания на нормативных отклонениях).

**Ключевые слова:** средства массовой коммуникации (СМК), социальные функции СМК, Юрий Рост, фотография, культура.

В настоящее время уровень потребления материалов средств массовой коммуникации (далее – СМК) с каждым годом становится всё более высоким. Это говорит о переменах, произошедших внутри социальных систем, в их взаимоотношениях и обществе в целом.

Абраам Моль, исследуя теорию социодинамики культуры, отмечал СМК в качестве основного элемента цикла распространения информации [1]. Он исходил из того, что в современной ему «мозаичной» культуре знания людей о мире формируются не столько благодаря системе образования, сколько за счёт деятельности СМК. Под «мозаичной» культурой Моль понимал множество людей, деятельность которых узкоспециализирована. Вследствие чего они не имеют полного представления о картине мира и более остро, чем прежде, нуждаются в информации.

Для сообщений, распространяемых по каналам СМК, характерно движение в замкнутых «циклах культуры» [1: 27], благодаря которому выстраивается многогранное полисознание, отражающее общество и мир в полном их многообразии.

В такой концепции возрастает роль автора – «творца» – который определенным образом перерабатывает идеи, пришедшие извне, дополняя их собственными представлениями о мире. Высока и роль человека, воспринимающего сообщение. От его социальных характеристик, общего уровня культуры и образованности будет зависеть эффективность коммуникации и её результат.

В настоящем исследовании на конкретном примере рассмотрим, как СМК могут влиять на аудиторию. В качестве предмета исследования было выбрано творчество Юрия Роста как одного из самых авторитетных, узнаваемых и многогранных журналистов современности. Хронологические рамки исследования определены периодом работы Роста в «Комсомольской правде» – с 1967 по 1979 гг. Он называл деятельность в газете решающей на пути становления своего мастерства. Именно на её страницах впервые появился жанр «взгляд», который задал творческий вектор Роста.

 В 1972 году в «Комсомольской правде» была опубликована заметка «Рядовой войны Алексей Богданов». Она рассказывает о простом солдате, потерявшем на войне всех одиннадцать детей. По словам Юрия Роста, это был первый материал не о герое войны, а о рядовом солдате. Он познакомился с Богдановым в Севастополе на праздновании дня освобождения города. С тех пор тема войны не покидала страницы материалов Роста. В одном из своих интервью он вспоминал: «…война для меня была нормой». Она окружала Роста с раннего детства, в какой-то степени определив его сознание и сформировав отношение к самой жизни.

В исследовании рассмотрены некоторые другие заметки Юрия Роста: «Хлеборобы войны», «Инвалид» и «Браты». Представлены лингвистический анализ и контент-анализ, в результате которых было выявлено, что в материалах Роста выполняются основные функции СМК – присвоение статуса общественным проблемам и укрепление социальных норм (посредством концентрации общественного внимания на нормативных отклонениях).

Называя основополагающие черты настоящего журналиста, Рост отмечал деликатность: точное понимание, когда и о чем можно писать. В своей теории Моль так же говорил о том, что пришедшее в общество сообщение носит опосредованный, субъективный характер [1]. Это повышает риск дезинформации. На «творце» лежит большая ответственность – бескорыстное воздействие на аудиторию и создание достоверной картины мира.

Литература

1. Моль А. Социодинамика культуры. М., 2008. – 416 с.